

# 損する失敗広告

## VS

# 得する成功広告・事例集

あなたの代わりに集客してくれる凄腕宣伝マンが欲しい社長さまへ

足立区で創業80年。無垢材と自然素材を使った家づくり

株式会社  
村松工務店

お問い合わせ・資料請求

お電話でのお問い合わせは  
アシロニサンキュー  
**0120-046-239**  
営業時間 9:00~17:30  
(第二・第四土曜 / 日曜祝日 定休)

HOME

自然素材で建てる家

リフォーム

オーダー家具

お客様の声

施工事例

会社概要



3年間なかった新築問い合わせが  
9ヶ月で4件来たホームページとチラシ

このレポートの最後には、  
住宅完成見学会チラシのテンプレートが  
ダウンロードできるURLが載っています。  
レポートを良く読んでから、ご活用ください。

「あなたに頼みたい」という個人客を2倍にします 顧客心理の誘導で売上アップコンサルティング



マインドック有限会社 代表取締役 鈴木 貴子

〒160-0023 東京都新宿区西新宿 5-1-17-404

TEL : 050-3736-8661 FAX : 03-6862-5930

URL : <http://www.bestmindoc.com/> Mail : [taka@bestmindoc.com](mailto:taka@bestmindoc.com)

## 目次

1

はじめに .....	2
「優良顧客を集客できる仕組み」を構築する集客コンサルタント.....	4
お客様の声 .....	6
広告するなら.....	7
広告としてダメダメです.....	8
得する成功広告例.....	16
あなたに結果を出してほしいから.....	27
集客できる広告自己チェック.....	30
マインドックについて.....	32
お客様の声をもう一度お読みください.....	35

## はじめに

こんにちは。マインドックの鈴木です。

このたびは、「損する失敗広告 VS 得する成功広告・事例集」をダウンロードしていただき、ありがとうございます。

「こうしたら失敗する」そんな広告失敗例と  
お客様を強力に引き寄せる広告成功例を紙媒体で完全公開！

この PDF は、集客に悩む社長さんのために、世間のダメダメ広告と私が作って成功した広告を公開して、その差を知っていただくためのものです。

私が作成やアドバイスをして、売上が 1.6 億円増えたチラシや売上が 98 倍になったチラシ。50%の申し込みが取れた FAXDM など、実際の広告事例をあなたのために公開します。

なお、Web 広告について書かれていないのは、Web 広告について書くと広告の作り方以外のノウハウも書かなくてはならなくなるからです。  
今回は紙媒体のみに絞りました。ご了解くださいませ。

**もしかしたら、あなたはこんな悩みを抱えていらっしゃるかもしれませんね…。**

- ・ホームページ、ポスティング、手渡し。いろいろやってきたが反応がない。
- ・SNS や DM などあらゆる広告を試したが集客できない。
- ・無料サンプル配布やセールでしかお客が集まらない。
- ・集まっても、その後が続かない。売上にならない。
- ・安売り競争に巻き込まれて働いても売上が増えない。
- ・同業者が上手く行っている広告と自社の広告の差がわからない。
- ・休日も仕事のことを考えていて、休んだ気がしない。
- ・自分の商品が売れない理由がわからず不安になる。
- ・広告の集客人数が減っている。このままでは……。
- ・どこが突破口なのか、わからない。

でも、大丈夫です。

あなたはこの PDF を読んで、それを実行さえすれば、  
以下のような結果を手に入れることができます。

- ・集客できる広告やチラシが作れるようになる。
- ・あなたの会社の良さをわかるお客様だけを集められる。
- ・簡単にリピーターやファンになるお客様が集められる。
- ・正規価格の販売でお客様を集めることができるようになる。
- ・他社広告より一歩ぬきんでた広告が作れるようになる。
- ・売上が上がって、休日は家族とのんびりできるようになる。
- ・現代の消費者にアプローチするコツがわかって経営に自信が持てる。
- ・過去と同じ広告先でも、集客人数が増える。
- ・提案した価格通りに売れるようになる。
- ・お客様から「欲しい」と言われるチラシや広告が作れる。

その他、あなたが望む多くのことができるようになります。

もしかしたらあなたはこう思ったかもしれません。

## 「お前に、なんでそんなことを言う資格があるんだ？」

そう思われてもおかしくはありません。

だって、あなたとお会いしたのは、

これが初めてなのですから。

なので、私自身の簡単な自己紹介と、

これまで私がお手伝いしてきたクライアントさんからのお声を聞いていただければと思います。

## 「優良顧客を集客できる仕組み」を構築する集客コンサルタント

### マインドック株式会社 代表取締役 鈴木 貴子（栄美子）

1958年、東京の電気工事店に生まれる。

幼い頃は、男の子と木登りなどをして遊ぶおてんば娘。真っ黒に日焼けしていたので、小学校時代のあだ名は「ブラック骸骨」。しかし、家の中は父がモテすぎるため不穏な雰囲気・・・自分自身の元気な外の顔と弱々しい内の顔の差や両親の感情の変化に、人間の行動動機や性格傾向など心の動きに興味を持ち、人間観察の習性がつく。これが発展して20代から多くの心理学を学ぶきっかけになる。



短大卒業後、2000名以上の健康を守る集団給食の栄養士として、毎回5種類の献立を季節、カロリー、原価、人事配置、使用器具、時間などの7つの制約条件がある中でたて調理することにより、工程管理と時間管理一切を体得。転職後、M&A（企業の合併や買収）以外すべての会社経理に関わり資金管理も体得。

その後、知り合いの税理士に頼まれて企業再生に励む中、人の心の動きが企業の業績に大きく影響を及ぼすことに興味を持ち、米国歴代大統領が学ぶ心理学NLP（神経言語プログラミング）のトレーナー資格を取得して2001年に独立。

取りこぼしている優良顧客にアプローチする「顧客動線分析」、顧客接点改革の「選ばれる理由クワトロチェック法」、営業改革の「魔法の7ステップトーク」など、多くの鈴木式中小企業再生手法「鈴木式メソッド」によって、成約率の高い顧客を集客し売上をアップし、永続する企業体質づくりをオーダーメイドで提供している。

現場に足を運び、リサーチのために社員のような顔をしてお客様から本音を聞き出すことや、社員と同行して営業を行うこともある熱心さと、なんでも相談できる親身さに、「自分の価値観を大切に売上をあげてくれる」、「まるで母親のよう」とファンも多い。

集客人数を7倍にした建設業社や2倍にした設計事務所、リピート率を1.3倍にしたペットショップなど、説明を要する商品販売企業のサポートを得意とし、クライアントの87.8%を増益（2012年12月調べ）させてきた実力派である。

また、社員への“翌日から実践”できる研修も強みとし、参加者の90.3%が満足と評価(2012年12月調べ)している。

フジテレビ、日本テレビ、フジサンケイビジネスアイ、雑誌などメディア出演も多数。

### コンサルティング・研修・講演実績

オリックス生命保険株式会社 シティバンク・エヌ・エイ ドコモシステムズ株式会社  
 寺島建設株式会社 株式会社シエナホームデザイン 株式会社村松工務店 有限会社鈴木  
 水道 日本政策金融公庫 東京商工会議所北支部 福山商工会議所 長野県労働金庫 兵  
 庫信用金庫 第三銀行 英企業株式会社 株式会社ユニプロス通信 日本スパカレッジ  
 株式会社プロテオス 吉田歯科医院 日本先進技術歯科センター 東洋紙商事株式会  
 社 株式会社アイ・ヘルパー・ジャパン 新宿区生涯学習財団 愛媛県社会福祉協議会  
 静岡市介護保険事業者連絡協議会 新宿区健康生きがい課 社団法人・柏青年会議所 高崎  
 市立南八幡中学校 所沢市立北野中学校 世田谷区北沢中学校 東京農業大学 研修バ  
 ンク 志縁塾・モーニングサロン 足利銀行株式会社ジーシー 浜松商店界連盟 水戸市中  
 小企業同友会 播州信用金庫 秋山歯科クリニック 勝浦歯科医院 日本コンサルタント  
 協会 常陽産業研究所 株式会社ポラリス グリーンアースプラネット 岡山桃太郎ビジ  
 ネスアカデミー 株式会社サンアイク 水戸西ロータリークラブ 株式会社 H・A・L  
 株式会社パルティール ナジャハウス その他

### 保有資格

日本コンサルタント協会・パートナービジネスコンサルタント  
 米国NLP協会公認・NLPトレーナー  
 栄養士、日商簿記2級など

### メディア掲載

■2016年2月 月刊「近代中小企業」に記事掲載 ■2014年から2015年 ドリームゲート  
 に連載記事掲載 ■2011年10月 月刊「人材ビジネス」に記事掲載 ■2010年6月「常陽  
 新聞」に記事掲載 ■2010年6月 月刊「御堂さん」に記事掲載。 ■2010年4月7日 日  
 本テレビ「DON!」出演 ■2010年3月7日 フジテレビ「エチカの鏡」出演 ■2007年7  
 月1日 「フジサンケイビジネスアイ」に記事掲載。 ■2007年6月「明日を拓く注目企  
 業140社」に記事掲載。 ■2007年6月4日「読売ウイークリー」に記事掲載。 ■2007  
 年1月15日「読売ウイークリー」に記事掲載。 ■2006年11月 FM千葉「ベイコンフォ  
 ート」に出演

## お客様の声

### 僕の想いを形にして集客してくれるコンサルタント

何度かちょっと鈴木社長とお話をさせていただいて、これまでのコンサルの方たちっていうのは、どちらかという自分たちがうまくいった方法で私をなんとかしていこうという考えの方が多かったかなあと、今振り返ります。

鈴木社長の場合は、私がどうしたいのか、そういったことをしっかりと掘り下げていただいて、まあ極端なことを言えば、私がやりたくないことはさせない。逆に、できることで目標に向けてやっていこうというふうな、寄り添っていただく話をいただいたことがすごくなんか安心感があったし、この人だったら私のイヤなことじゃなくて（私の）やって行けるようなことも、いろいろとアドバイスいただけるのかなと、そういうふうに思ってお願いをしたいというふうに思いました。

明るく、親身に相談する側が悪くなるぐらい多くのアドバイスをいただいて、0から9ヶ月間で4件の新築問い合わせをいただきました。

株式会社村松工務店 代表取締役 村松 実 様

### 具体的に自分自身の中で確認できてよかったです

顧客ニーズや目的が特化している売り方など どこに目線を持っていけばいいのか、知りたいと思っていました。今の社会の流れから、速いスピードで経済も多様化しているので、今の情報を知りたく頼みました。

今までやってきたことが具体的に自分自身の中で確認できてよかったです。

あとは、ターゲットをもっと細かく一人にまで絞ることの重要性が良く分かりました。相手ときちんとコミュニケーションをとりながら、相手のポイントとをつかんでいきます。

今までは、相手が求めていることに目を向けることにより、こっちが売りたいもの、伝えたいことを優先にできていたので、それを相手目線にしていくことを実践していきたいと思います。

匿名様 30代 経営者

## 広告するなら

ちょっと自慢させてください（笑）。

ありがたいことに、新規集客の広告で集客できなかったことはありません。  
自社で新しい顧客にアプローチする時も、クライアント様の集客をお手伝いした時も、集客できなかったことはありません。

逆に、売上が1.6億円増えたチラシや98倍になったチラシ。50%の申し込みが取れたFAXDMなど、世間では驚異的と言われる反応を出したことがたくさんあります。

多くの経営者様の悩みである売上アップ。  
その中でも、集客の悩みは深いです。

どんなに良い商品を販売していても、  
集客ができなければ売上は0円。

社屋を構えていれば、その分資金は出て行くばかり、  
水道光熱費や電話代だっがかかって資金はマイナス。  
でも、集客のために何かしらの広告はしなければいけません。

だから、広告の反応率が悪いと・・・真っ青ですよ。

さて、次のページから、そんな真っ青広告をご紹介します。

全部、新聞の折り込みチラシです。  
あなたのチラシがこんなチラシでないことを祈りながら・・・公開します！！

## 広告としてダメダメです

ダメ広告は、新聞の折り込みだけをピックアップしました。

私の事務所がある新宿は住民が少ない地域です。

住民が少ないにもかかわらず折り込みチラシは週に 200 枚以上入ってきます。

しかし、その中で「良いなあ」と思える広告は 5 点ぐらいしかありません。

つまり 2.5% ぐらいしか良いチラシをみつけられません。

他は、ダメダメチラシばかり・・・。

住民が少ない地域。まして新聞を読む層も少ない地域に広告しようという自体でセンスがないのかもしれませんが、それでも、新聞の折り込みチラシという媒体を使うなら媒体の特質に合わせた広告にすれば良いのに・・・。

それができていません。

いや、それ以前に、広告としてもダメダメなものばかりです。

なお、この 2.5% の割合は、ポスティングチラシやホームページでも FAXDM でも郵送の DM でも同じです。

つまり、集客のために広告を出している社長さんの 97.5% はお金を出して、集客できない広告を出しているのです。

今回、広告の失敗例を 8 点公開させていただくことにしました。

まずは、どこが広告としてダメなのか考えながら観てくださいね。



③

10

PREJIS  
MINNA-COVERS  
(第2期新発売)

全戸南向き、都心に残されていた静かなる邸宅地

2分 新宿三丁目駅 徒歩  
4分 新宿1駅 徒歩

3LDK 5,900万円台〜 第2期 先着順申込受付中 0120-373-766

④

試乗予約受付中。  
新しいランドローバーを是非お試しください。

RANGE ROVER SPORT  
5.0 V8 LIMITED [全国限定120台]  
¥7,930,000

RANGE ROVER SPORT 1.9%  
SPECIAL AUTO LOAN  
月々 35,905円

DISCOVERY 4 0.1%  
SPECIAL AUTO LOAN  
DISCOVERY 4 ¥6,762,000~¥7,880,000  
月々 32,008円

FREELANDER 2  
RANGE ROVER EVOQUE  
RANGE ROVER SPORT  
RANGE ROVER

⑤

11



## いま選ぶなら、BMWのクリーン・ディーゼル。

心算をタイピングな走り、よりワザに頼むための新たな選択。それが、BMWのクリーンディーゼル。最新のBMW 5シリーズは、BMWのクリーンディーゼル。圧迫的なパワーと高い効率、優れた耐久性を実現。多彩なラインナップで時代の最先端を駆け抜けていくその価値を、ぜひ今週末のショールームで確かめてください。

いよいよ最後の週末。すべてのBMWに1.99%<sup>1</sup>、さらにBMW 5シリーズに0.99%<sup>2</sup>特別低金利ローン実施中。

**1.99% / 0.99%**  
特別低金利ローンは  
今月末まで。お見逃しなく。

⑥

## 住まいのリフォーム!!

長澤工務店は増改築相談員のいるお店です。

増改築・マンション・アパート・店舗改装・住宅修理

リフォームのことならどんな小さなことでもお気軽にご相談ください。一級建築士があなたの住宅に関するお悩みを解決致します。

### 快適さアップ 21世紀



気になっている内装、困っている水廻り……。今年こそリフォームをしてみませんか？正しい建築知識を持った増改築相談員が構造的なものから内外装設備に至るまでお客様のご予算・ご要望に合わせた安心・納得の正しいリフォームのご提案をいたします。



暮らし明るく  
リフレッシュ!



## 建物点検・お見積り・相談承ります。

どんな小さな工事でもお気軽に!

お近くからできるきめ細やかなサービス

<p><b>屋根</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●瓦ビニール葺 (㎡) ¥ 2,200</li> <li>●塩ビ製集水器 ¥ 2,700</li> <li>●雪止 ¥ 1,100</li> <li>●和瓦 葺換 (㎡) ¥ 1,800</li> <li>●瓦葺 葺換 (㎡) ¥ 2,000</li> <li>●コロアネ葺換 (㎡) ¥ 6,800</li> <li>●コロアネ葺 (㎡) ¥ 4,800</li> <li>●カラー板金葺 (㎡) ¥ 7,000</li> </ul>	<p><b>外壁</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●ひび割れ補修 (M) ¥ 800~</li> <li>●網戸張替 1枚 ¥ 3,800</li> <li>●ガラス (800*900) 1枚 型 ¥ 9,500 組入 ¥ 13,500</li> <li>●玄関扉 幅800*高さ1900 1組</li> </ul>	<p><b>収納</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●クローゼット、折戸 幅1800*高さ2350 定価65,000円の品を 製品代 ¥ 35,700 + 取付費 ¥ 23,000</li> <li>●幅1350*高さ2350 定価62,300円の品を</li> </ul>	<p><b>天井・壁</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●和室天井板 (㎡) ¥ 4,500</li> <li>●壁、塗替 (㎡) ¥ 3,500</li> <li>●クロス貼 (㎡) ¥ 1,200</li> <li>●ペンキ塗替 (㎡) ¥ 1,500</li> </ul>	<p><b>防犯</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●ピッキング対策</li> <li>●防犯ガラス</li> <li>●盗格子</li> <li>●人感センサーライト</li> <li>●テレビ付インターホン</li> </ul>	<p><b>バリアフリー</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●段差解消スロープ</li> <li>●玄関・階段・浴室 手すり設置</li> <li>●扉の取替え (開き戸→引戸)</li> <li>●洋室扉への便器の取り替え</li> </ul>
--	---	---	---	--	---

※上記リフォームについては状況に応じて価格が大きく変わりますので、

⑦ と⑧

hair salon Loufreesy

**NEW OPEN**

代々木近辺で、一番コストパフォーマンスが高い美容室を目指しています。

女性・男性、年齢・職業を問わず、どんな方でもリラックスして喜んで頂けるような、ナチュラルでウディなカフスタイルの店内で、最高の技術・接客・サービスを、驚きの低価格でご提供させて頂きます。

3年以上のきちんとした経験を持ったトップスタイリストたちが、都内の超有名店でも使われているような最新の設備と最高級の薬剤を使って、マンツーマンで丁寧に施術します。








キッズスペース完備で、小さいお子様同伴もOKです

オープニングキャンペーン

カット	¥ 5,250 ⇒ ¥ 2,990
カット & アロマヘッドスパ	¥ 8,950 ⇒ ¥ 4,700
ハープカラー	¥ 5,250 ⇒ ¥ 4,200
カット & アクアパーマ	¥13,650 ⇒ ¥10,000
カット & シルキーストレート	¥16,800 ⇒ ¥10,000
まつ毛エクステ 付け放題	¥ 9,450 ⇒ ¥ 5,990

http://loufreesy.com

SAWAYAKA SHINKIN

2013 サマーキャンペーン期間中  
新たな資金で  
【スーパー定期プレミアムジャンプ】  
ご契約の方に「選べるプレゼント」  
A~Dいずれか1品  
好きなものをさしあげます。

※数に限りがありますので、お申し込みはなるべく早くください。  
キャンペーン期間中一人様1回限りとなります。

**2013 サマーキャンペーン**  
お取扱期間  
2013 6/30 ~ 7/31

**プレミアムジャンプ**

対象商品 スーパー定期「プレミアムジャンプ」  
お預入対象者 個人の方のみ  
預入金額 30万円以上  
預入の種類 自動継続式1年もの定期預金  
※ご利用には審査が必要です

【ホリ】夕張メロンピュアゼリー 80gX3個

【玉露園】六条種むぎ茶 12gX32袋入

【五十嵐製菓】秋田の建家創業時代【周助】つけ麺 2人前

【ライオン】キレイキレイ泡ハンドソープ 250ml

選べるプレゼント

※写真はイメージです。プレゼントは、都合により商品が変わることがあります。

ただけます。  
（連絡先）  
（お問い合わせ先）

さて、どこが損する広告なのか解説しますね。

①～⑤までは、売りたい物はわかるのですが、他がわからない広告です。

俗にいう“イメージ広告”です。

イメージ広告は、ブランディング済みの有名な会社や資金がたっぷりあって商品を売るよりブランディングにお金を使える会社しか出してはいけません。

小さな名も知られていない会社は絶対にやってはいけない広告が“イメージ広告”です。

デザイナーさんに頼むと、こういうキレイだけど集客できない広告を作ってきますので、注意してくださいね。

次の⑥は、今度は売りたい物やサービスが羅列されている広告です。

住まいのリフォーム!!

長澤工務店は増改築相談員のお店です。

増改築・マンション・アパート・店舗改装・住宅修理

リフォームのことならどんな小さなことでもお気軽にご相談ください。一級建築士があなたの住宅に関する悩みを解決致します。

快適さアップ 21世紀

知になっている内装、選んでいる水廻り…。今年こそリフォームをしてみませんか？正しい建築知識を持った増改築相談員が機能的なものから内外装設備に至るまでお客様のニーズに合わせて最適なプランをご提案いたします。

暮らし明るくリフレッシュ!

建物点検・お見積り・相談承ります。

<p>●屋根</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●屋根工事 (㎡) ¥ 2,200</li> <li>●屋根塗装 (㎡) ¥ 2,700</li> <li>●防水 ¥ 1,100</li> <li>●雨樋修理 (1本) ¥ 1,800</li> <li>●雨樋交換 (1本) ¥ 2,300</li> <li>●瓦葺修理 (㎡) ¥ 5,900</li> <li>●コーキング (㎡) ¥ 4,800</li> <li>●サッシ一式交換 (1本) ¥ 7,000</li> </ul>	<p>●外装</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●0.0㎡以内 (1軒) ¥ 800</li> <li>●約100㎡以内 (1軒) ¥ 2,500</li> <li>●約200㎡以内 (1軒) ¥ 3,500</li> <li>●約300㎡以内 (1軒) ¥ 4,500</li> <li>●約400㎡以内 (1軒) ¥ 5,500</li> <li>●約500㎡以内 (1軒) ¥ 6,500</li> <li>●約600㎡以内 (1軒) ¥ 7,500</li> </ul>	<p>●取納</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●プロペラ・ボート ¥ 1800</li> <li>●船体 ¥ 2800</li> <li>●定額 ¥ 5,000 (円) の自費</li> <li>●製品 ¥ 35,700 + 取付費 ¥ 23,000</li> <li>●増設 ¥ 3900</li> <li>●定額 ¥ 2,300 (円) の自費</li> </ul>	<p>●天井・壁</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●天井工事 (㎡) ¥ 4,500</li> <li>●壁紙 (㎡) ¥ 3,500</li> <li>●クロス (㎡) ¥ 1,200</li> <li>●クロス交換 (㎡) ¥ 1,500</li> </ul>	<p>●防犯</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●セキュリティ対策</li> <li>●防犯カメラ</li> <li>●防犯ブザー</li> <li>●防犯モニター</li> <li>●防犯センサー</li> <li>●防犯インターホン</li> </ul>	<p>●パリアフリー</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●浴室・トイレ・玄関の手すり設置</li> <li>●浴室・トイレ・玄関の手すり交換</li> <li>●浴室・トイレ・玄関の手すり取付</li> <li>●浴室・トイレ・玄関の手すり取付</li> <li>●浴室・トイレ・玄関の手すり取付</li> </ul>
--	---	--	---	---	---

こういう広告の別名は“会社案内広告”と言います。

「自分の会社は〇〇も△△も□□も、みんな揃っています」とアピールする広告です。

この広告では、新規集客はできません。

たまたま申し込みが来るかもしれませんが、それは本当にたまたまだけのこと。

問い合わせだけで、実際の施工は

他業者に取りられかねない広告です。

あれもこれもできる会社を作ってしまいがちなのが“会社案内広告”です。

会社内部の人間だけで案を作ってしまうと、こういう広告になりがちですので、注意しましょう。

次の⑦は、見た瞬間にまったく何の広告なのかわからない広告です。

14



こういう広告は、チラシとしても認識されません。

この広告の間違いは、イメージ広告と会社案内広告を少ない紙面に盛り込もうとしてしまったこと。

作成しているのが美容院ですので、イメージ広告の中に会社案内を入れたくなるのは心情としては理解できますが・・・。

中小企業や個人事業主は“イメージ広告”も“会社案内広告”もしてはいけません。

良いコート紙使っているので、印刷費用も高かったのだろうと思うと、なんだか他人の私が観ても悲しくなる広告です。

さて、最後の⑧は、よくある銀行のチラシですね。



顧客感情を逆なでする広告です。

30万円以上預けて、メロンピュアゼリーをもらって嬉しい人がいると顧客をバカにしています。

いつも預けているお客様が「メロンピュアゼリー」がもらえるからと預けてくれることはあっても、新規顧客が集まることはありません。

銀行や金融関係、保険関係のチラシは、制限が多く商品について書くことが難しい業種です。

だからといって、景品あげるからと言われても、物のない時代じゃあるまいし、

新規顧客が集まることはありません。

こういう広告を私は“海老で鯛幻想広告”と呼んでいます。

これで新規集客できなくても、金融機関は困らないのでしょうか？  
もし困らないとしたら、その分、金利を上げて欲しいですね。

さて、

**ダメダメチラシを8枚ご覧いただきましたが、いかがでしたか？**

まさか、あなたの会社のチラシや広告が“イメージ広告”や“会社案内広告”  
だったなんてことはないですね？

まして、チラシとしても認識されないチラシや景品だけ載せた“海老で鯛幻想  
広告”になっていませんよね？

折り込みチラシを観ても200枚中195枚は、ダメダメチラシです。

インターネットのホームページを観ても、200サイト中195サイトはダメダメホ  
ームページです。会社送到られてくるFAXDM観ても、申し込みたくなるFAXDM  
には年間1件当たるかどうか？！

でも、だからこそ、このPDFを読んでいるあなたに朗報があります。

**他がダメなのですから、ちゃんとした広告が作れば、あなただけが集客でき  
るので、あなたが一人勝ちできます。**

さて、そんな広告をご紹介しますね。

## 得する成功広告例

今から、広告の成功例を4点公開させていただきます。

そうして、反応の良い広告、集客できる広告の秘訣をワンポイントアドバイスさせていただきます。

ぜひ、広告成功例をじっくりご覧になってください。

ぜひ、このPDFのワンポイントアドバイスを自社の広告に応用してください。

そうして、あなたの会社の集客に役立ててください。

**では、公開前に、私の作成する広告の特長をお伝えします。**

1. 集客から販売までの期間が短い。
2. 安売りしなくても売れるので販売金額が増える。
3. お客様から欲しいと言われる。
4. 短時間でファン客になる。
5. リピーターに移行しやすい。
6. 紹介や口コミが出やすい。
7. クレームが少ない。または少なくなる。

いかがでしょうか？

良いと思いませんか。

ただ、1つだけ欠点があります。

それは、誰でも彼でも集めるという集客には向かないという点です。

私の作成する広告は、優良な見込み客を集めることに集中しています。

ですので、集めた時から成約までの時間が短く、販売金額が高くなるのです。

集客した時点で、お客様はファンになりかけています。

そのため、購入する意思が高く、リピートしやすく、紹介や口コミが出やすい

状態です。

ですから、あなたに強力な営業スキルがなくても、  
販売数が増え販売金額が増え、あなたの会社の売上がアップします。

- ・ 営業社員を雇いたいけど、できる営業社員の給料は高くて払えない
- ・ 募集しても営業マンが集まらない
- ・ 社員は営業が苦手。自分が営業担当だが、自分も営業が苦手
- ・ 営業ができそうな社員もいるが、彼らには営業に使える時間の余裕がない。

そういう会社でも、私の作成する広告を使えば、楽に売上アップができます。

「もう営業マンを使っているよ」、「うちには凄腕営業マンがいるよ」という会社でしたら、さらに簡単に新規顧客を集めて売上アップができます。

無駄なお客様に営業しなくなるので、業効率が良くなりますから、1.5倍の売上  
なんか楽勝です。

優良な見込み客が集まるから、営業マンもニコニコです。

ですから、ぜひ、この PDF のワンポイントアドバイスを貴社の広告に応用させてください。

そうして、結果が出たら教えてくださいね。

# 売上を 1.6 億円増やしたチラシ

加茂市 大郷2丁目

「私たちの希望が叶う住宅会社ってあるのかな?」とお考えの、小さなお子様のいるご家族の方へ



ライフスタイルの変更にも対応できる  
お客様で作った5LDKの家ができました

9/29 sat. 30 sun 10:00~17:00  
〔会場〕加茂市大郷2丁目(リوندール様しる)

明るく開放的な、アットホームで、あきのこない家づくりが実現できる家をご紹介します



大満足も

「開放的でアットホーム」な家ってどんな家?

- 南向きの大きな窓から目に入る花壇の花と日差し
- リビング中央の階段で自然と人が集まる工夫
- まるで海外ドラマの子供部屋のような屋根裏収納
- 床暖房と太陽光発電で快適で家計にやさしい家

「これだ!」と思える家創りができる訳。

- 1 私にはキリ20年、サウリン時代から数える、証へ1000棟以上の設計実績があります。蓄積された豊富な引き出しから、あなたご家族に一番マッチしたプランを提案することができます。
- 2 半面図だけでは空間の広がりなどがつかみにくく、「家が建ってからでいいかわからない」という声をよく耳にします。私はお話を聞きながらそのイメージもスケッチやCGパース等で見える化しながら打ち合わせさせていただきますので、より家物とのギャップが少なく、ストレス無い家創りが行えます。
- 3 私は新築以来、延べ100回を超える資金計画セミナーや個別相談会を行ってきました。様々な金融機関の特徴や、借入に際する諸経費などの削減方法、お借入制度の利用等に精通していますので、色々な切り口からあなたに一番合った住宅ローンの提案ができます。
- 4 さらに専属のファイナンシャルプランナーとのタイアップにより、人生の設計図(ライフプラン)を作り、返済の不安や子育て資金、老後の資金の不安までも解決します。

見学会においてになった方全員に「住宅の土地探しが良くなる本」小冊子と無料相談優待券をプレゼントいたします!

優待券を使用し、無料相談をご予約いただくと、優先的にお時間を取ると共に室内のイメージスケッチ集をプレゼントいたします。

無料 026-378-8872

住宅完成見学会のチラシです。

住宅などの高額な商品売るための集客チラシは、1万円の商品売るチラシと同じではいけません。

完成見学会ですから、お客様に足を運んでもらわなければいけません。

お客様に業者と対面する場所まで足を運んでもらうというのは、まだ買うかどうか決めていないお客様には高いハードルです。

ですので、

1. コンセプトを明確にする。
  2. 情報を多くする。
  3. 警戒心を解くこと。
  4. 信頼してもらうこと。
  5. デザインもセンス良く。
- の5点は心がけましょう。

この会社は、集客人数はそれほど増えませんでした。他店を断ってくるお客様がこのチラシで出ました。

この会社の社長さん、私に頼む前に1500万円のコンサルティング費用を大手コンサルティング会社に支払っていました。「1棟売った時の粗利が大きいので年間2棟増えれば良いや」と思ったそうです。それでも、コンサルティングを受ける前と同じ棟数しか売れなかったのです。

それが、私のコンサルティングで、リフォームも含めて年間受注棟数が2倍以上になりました。

この会社は、1500万円払って売上アップ率が0%だったのに、私のコンサルティングを受けて売上が2倍になりました。コンサルティング費用は1/5です。ですので、現在は無借金経営だそうです。

では、先ほど書いた高額商品である住宅販売のためのチラシに必要な項目の詳しい説明をします。

#### 1. コンセプトを明確にする。

住宅購入は、お客様してみたら一生のうちに1回あるかないかの大きな買い物です。ですので、自分の趣味や生活形態に合う設計施工をしてもらえるかどうか気にしています。だからこそ、設計のコンセプトが明確に表現されている必要があります。

#### 2. 情報を多くする。

高額商品の購入ですから不安が多いのは当然。自分が1千万円、2千万円という買い物をする時のことを考えればわかりますよね。何もかも入れれば良いわけではありませんが、情報は多いほうがベストです。情報が少ないチラシでは、相談してみようとさえ思ってもらえないです。

### 3. 警戒心を解くこと。

こちら高額商品で重要な項目です。「この会社なくならないかしら?」、「不正工事されないかしら?」、「嘘つかれないかしら?」。専門分野の高額商品ですから、来店前に警戒心を解いておかないと面談が大変です。住宅購入の91%は女性の影響で決まります。だから、女性に観てもらえるチラシにしてください。

### 4. 信頼してもらうこと。

新規集客のチラシで一番に心がけるのは、これ。

まだ、あなたの会社もあなたの商品も何も知らない相手にアプローチするために配っているのですから、信頼されなければ行動してもらえません。初デートに誘うのと同じですから、一番大切なのは信頼されることです。

### 5. デザインもセンス良く。

住宅に「住めれば良い」人はいません。洋服なら何でも良い人がいないのと同じです。まして、住宅は洋服のようにイヤになったから取り変えるという選択できません。センスが良くないと施工後が不安です。だから、デザインも重視しましょう。

以上が、高額商品であり取り換えができない専門性の高い住宅という商品を販売する時の広告に必要な項目です。

1棟販売できた時の粗利が大きい住宅販売。その分、クレームも多い業種です。お客様に面談に来てもらうためには、それなりの広告を作らないといけません。

ですが、多くの住宅販売業者や住宅関連業者の広告は“イメージ広告”か、“会社案内広告”。お客様としては、何も情報がないところから選ぶことしかできない状況です。だから、お客様は中小企業より大手企業を選んでしまうのです。

ですから、あなたの広告に上記5点があれば、お客様の不安は解消され、選ぶ基準が明確になるので、あなたの会社に面談を申し込んでくれます。

さあ、競合他社が気づく前に、あなたの広告を作り直して売上を上げてください！ 応援しています！

## 売上 98 倍の売上になったチラシ

指定水道工事店  
創業36年!!

地元川口にお住まいの皆様、初めまして。川口市木曽町の水道屋「鈴木水道」です。創業36年の水廻り専門工事店です。経験を積んだ専門スタッフがアリアリです。

水道管は古くなっていませんか？  
古い水道管は漏水や赤水の原因になります。

排水管やマンホールの点検はされていますか？  
古い排水管はつまりや臭いの原因になります。

雨水はちゃんと流れていますか？  
台所の蛇口から水は漏れていませんか？  
お湯の出が悪くならいませんか？  
和式トイレを洋式にしたい。  
トイレの水が出ない、止まらない。  
ウォッシュレットの調子が悪くありませんか？  
お風呂は使いにくくありませんか？  
シャワーの出が悪くありませんか？

「すずき」にご相談下さい!!

お問い合わせ、無料点検のご依頼はこちら

「チラシを見た」とお声かけ下さい！優先的に対応致します！

048-000-5000

水道工事屋さんのチラシです。

業者さんが、チラシ添削後自分で修正して配りました。  
このチラシでも、私から見ると70点しかあげられません。  
でも、売上が98倍になりました。

この会社のように、お客様の自宅に訪問しなければサービス提供ができず、売上に結びつかない業種の集客オファーについて注意があります。

「無料見積り」や「無料点検」は、お客様を集める手段になりません。  
チラシ作成前に「無料なら頼むはず」という考えはスッパリ捨てましょう。

このチラシで集客できているのは、

1. トラブルに気が付いてもらうこと。
  2. 信頼してもらうこと。
  3. お客様に電話をかけてもらうこと。
- そのことだけに集中したからです。

このチラシ、集客人数は増えましたがメチャクチャ増えたわけではありません。実は売上が98倍になったのは、初回接触時、訪問時、修理作業中、アフターフォロー時に別の販促物やトークで他の商品に誘導したからです。

新規集客から販売、その後のアップセールスと売上アップに仕組化は大切です。  
この仕組化までを素直に実行してくれたので、うまくいった事例です。

チラシを修正して、集客人数は約3倍以上になりました。その中の約半分にアップセールスが成功したので、売上が98倍になったのです。

この水道屋さんには、私が書いたトラブルに気が付いてもらうための文章をメールで送ってあります。その文章に変えたら、もっと集客できるはずです。早く修正して配ってほしいですね。

さて、このチラシに必要な項目の解説です。

1. トラブルに気が付いてもらうこと。  
「水漏れはありませんか？」と聞いたら、あるか、ないかの回答しか返ってきません。お客様は素人です。「こうなったら修理したほうが良いですよ」と教えてあげてお客様に喜んでもらいました。
2. 信頼してもらうこと。  
これは新規集客では外せません。前の住宅施工会社の例を読んでくださいね。
3. お客様に電話をかけてもらうこと。

「1」で不安になったお客様から電話がかかってくれば、後は、初回接触時、訪問時、修理作業中、アフターフォロー時に、別の販促物やトークで他の商品に誘導するだけです。初回から利益にしようとしなことがコツです。

## 縮小移転通知ハガキで売上 2.1 倍のハガキ

**6月11日より移転先でオープン**  
**元気で長生き**  
**ワンコのトータルケアサロン**  
**ハッピーテイル**

いつもハッピーテイルを応援いただき、誠にありがとうございます。  
**ワンちゃんたちは、家族の一員。**  
 そんな優しいお客様に守られて、幸せにお仕事をしている矢野比呂美です。

私もワンちゃんを多く飼っています。  
 今回、私の大切なワンちゃんの幸せも考えたいと思い、新座から自宅近い練馬区に移転させていただきました。  
 移転したことで、私も安心して、いっそう、みなさんのワンちゃんの世話に励めると喜んでおります。  
 ですので、オープンに伴いご来店の方にプレゼントを用意してお待ちしております。  
 このハガキをご持参いただければ、その場でワンちゃんのおやつを差し上げます。  
 練馬のお店に、どうぞ遊びに来てください。お待ちしております。

AM10:00~PM6:00 定休日・月曜日  
 トリミング予約、受け付け中！

ドッグラン付きの大きな店舗から、広さは10分の1に縮小。直線距離にして6キロ、電車は乗り換え含み駅にして9駅移動。最後は、バスに乗らないとたどり着きません。

車社会でない東京では、これは新規店舗を出すに等しいことです。

そんな店舗に78%の既存客さんが来店したほぼ実物と同じハガキです。

この文章を提案したところ、クライアントさんから「こんな文章出して良いのですか？」と質問されました。

私の答えは「これじゃなきゃダメです」でした。

### このハガキの特徴は

1. お店側とお客様を1つのコミュニティとしていること。
  2. 同じ犬好きとしての強い共感を持たせていること。
  3. 共感を理由にしたプレゼントの提案があること。
- という3点です。

このオーナーさんは、ドッグショーで何回も入賞している女性です。知識も実力もある彼女がいうセリフだからこそ、お客様が納得してお祝いに来店してくれました。

周辺に開店チラシも撒いたので新規のお客様も来店。既存客の雰囲気によってファン客になりました。

あとは、彼女のトークを改善して、来店期間の短縮と販売金額のアップで、売上2.1倍となった事例です。

では、このチラシに必要な項目の詳しい説明をします。

1. お店側とお客様を1つのコミュニティとしていること。  
「ワンちゃんたちは、家族の一員」。この文字はお客様の心の声です。そうして、このペットショップのオーナーの心の声でもあります。だから「家族」という言葉で強力な結びつきをイメージさせて、家族=ペットショップオーナーという無意識の結び付けをしました。家族なら移転しても会いに来ますから。
2. 同じ犬好きとしての強い共感を持たせていること。  
次も言葉による連想を使いました。  
私の大切なワンちゃんのための移転=安心できた=あなたの大切なワンちゃんの世話が安心してできる。移転は、より良いサービス提供のためだったのだというオーナー自身のストーリーをハガキに語ってもらいました。
3. 共感を理由にしたプレゼントの提案があること。

上記の「1」と「2」に続けて「ですの」と続けてプレゼントのお知らせをしています。そして、プレゼントは家族の一員であるワンちゃんに与える。これを私の使う心理技法では、スタッキングアンカー（重ねた錨）と呼びます。全ての言葉を「家族」と「ワンちゃん」に結び付けています。そのせいで78%の既存客が車を飛ばして新店舗に来店してしまったのです。

## 資料請求率 50%の FAXDM

### 新しい視点のセミナーをお探しの商工会議所担当者様へ 情報収集のための無料資料を送っております

#### 会員様に感謝されるセミナーを開催しませんか。

人も資金も限られた中小企業の存続にとって急務のマーケティングを、クライアント20人中19人が業績改善する「増益するコンサルティングでNo.1の女性経営コンサルタント」が公開します。また、女性の91%がマーケティングや広告主は自分たちを理解していないと回答している(TheNextWebより)女性客向け販促についてもお話しできますので、小さな店舗や個人事業主の方にも好評です。



#### ☆講師紹介

マインドック有限会社 代表取締役 鈴木栄美子  
新規集客・売上アップが得意分野の経営コンサルタント。  
両親の不和と、性格のせいか男女双方から本音を聞かされたことで、男女間の通訳が得意。その強みと心理と資金と時間管理の知識を融合させた独自手法で、企業の売上アップに貢献している。住宅施工販売、リフォーム、自動車販売、保険、投資商品、不動産関係、歯科医院、などの売上アップに実績があり、2ヶ月間で売上550%アップや半年で6000万円の赤字解消など、関わった企業の95.6%が経営改善（2009年3月調査）している実力派である。現在は「女性感情マーケティング」の推進に注力している。  
また、社員への“翌日から実践”できる研修も強みとし、参加者のうち90.4%が満足と評価(2008年12月調べ)。  
2004年マインドック有限会社を設立。フジテレビ、日本テレビ、フジサンケイビジネスアイ、雑誌などメディア出演多数。  
実績は、シテイバンク・エヌ・エイ/ドコモ・システムズ株式会社/某大手外資系保険会社など。  
商工会議所の講演で「有料で良いから個別相談をして欲しい」との要望が出るほどの実力派である。

#### ☆おすすめセミナー①

(2時間)

女性に売って競争に勝ち！利益アップ戦略セミナー

- セミナー詳細  
これからの消費ムーブメント/購入時の女性の影響力/売上を作りだす公式/女男の買い物脳を理解する/女性向け販促物の事例/チラシ改善例/ホームページ改善例/販売トーク改善例/【演習】女性客に自社商品を売り込む
- 参加者実績  
・年間1名増加の女性客を3ヶ月間で15名に増加  
・住宅施工の新規見込み客7倍  
・縮小再建したペットショップなのに、売上約2倍など。
- 参加者の声  
女性客にアピールするやり方・言葉が知りたくて参加した。事例が具体的でよかった。経営者が馬鹿なあかげで、女性市場はガラ空き状態だって知ってた？  
(150年続く吉川酒店 ワインソムリエ 吉川 利弘様)  
・女性集団作りへますます意欲が出てきた。女性は素敵でフレンドリーが長く続く。ビジネスも永続できると確信。  
(株式会社タンポポ倶楽部 取締役社長 野原 歳裕様)

#### ☆おすすめセミナー②

(2時間)

利益が2倍になるマーケティングプラン作成法セミナー

- セミナー詳細  
マーケティングプラン概要/簡単ビジネスモデル構築/顧客・商品・自社分析で競合に勝ち/顧客を創出する/売上をつくり出す/利益を最大化する/マーケティングプラン成功事例/顧客日線がカキ/【演習】自社の売上アップ
- 参加者実績  
・広告費120万円カットして、集客人数1.5倍  
・代理店制から直販販売に切り替えて売上と利益アップ  
・顧客層の変更で月30万円の部門売上2ヶ月で60万円
- 参加者の声  
通常3割の成功率があれば良いコンサルティングで、なぜ95%も増益するのか。その謎がとけました。しかも、利益が残るように考えられているのが凄い。  
(株式会社シエナホームデザイン 藤崎 秋司 様)  
すぐ行動できるわかりやすい内容が素晴らしい。家にある専門用語の多い本を捨てちゃいたくなりました(笑)。  
(K&Fパートナーズ 代表 太田 雅彦 様)

商工会議所作成資料などを「無料」でお送りします。今すぐFAXでお申し込みを！

お名前	ふりがな		
住所	〒		
貴社名	部署名		
役職名	連絡先電話		

マインドック有限会社  
〒  
ホームページ: <http://www.bestmindoc.com/> TEL: ( ) 日10:00~17:00

FAX 03-6862-5930 (24時間OK)

私が商工会議所向けに出した FAXDM です。

通常 0.001%の反応率と言われる FAXDM で、この FAXDM は、約 50%の商工会議所様から資料送付の許可をもらいました。資料を送った先には、電話で訪問する許可をもらいました。この FAXDM の最終受注率は1年間で7%です。

この FAXDM を見てわかるとおり、美的センスが問われる仕事以外なら高額商品でない場合はコンセプトがちゃんと整っていればデザイン性が高なくても商品は売れます。

まして、安さを売りにする一般商品なら、自宅のパソコンで作った広告で大丈夫です。

ただし！

- ① どこに誰に出すのか。
- ② どの媒体に出すのか。
- ③ どんなメッセージでアプローチするのか。
- ④ どんな行動を取ってほしいのか

などなどが、広告を作る前に決まっていないとダメです。

私のこの FAXDM の反応率が良いのは、

- ① 商工会議所のセミナー担当者に
- ② メールは埋もれるので FAXDM で
- ③ 「フジテレビや日本テレビにも出演していて、シティバンクやドコモシステムズでも研修した女性コンサルタントが無料の資料を送りたいと言っていますよ」とアプローチして
- ④ 「FAX して、もらうだけですよ」と行動を指示。

というニッチな対象に、メリットいっぱいリスクのない提案をしているからです。

こういう顧客視点が定まっていれば、あとはセオリー通りに作るだけで反応率の高い広告になります。

## あなたに結果を出してほしいから

さて、そうすると「セオリー」が気になりますよね。

「セオリーって何?」、「テンプレートとかないの?」と思いますよね。

そこで「住宅完成見学会」のテンプレートをご用意しました。

ただ、テンプレートそのまま作って上手く行くなら、小学生の子供だってできますが、小学生がテンプレートを穴埋めして、商品を半端なく売ったなんて話、私は聞いたことがありません。

テンプレートをつくるなら、業種別で、しかも、新規集客なのか、2回目のアプローチなのかなど、どんな状態のお客様を集客するチラシなのかを決めて作るべきなのです。

ですので、私の得意分野である建設業向けの新規集客のための「住宅完成見学会」テンプレートを作成しました。

このレポートの最後にダウンロードURLを記載しましたので楽しみにしてください。

なお、セオリーの一部を公開すると

- ・キャッチコピーはサブキャッチコピーを読ませるためである。
  - ・サブキャッチコピーは、その下の文章を読ませるためにある。
- という考え方になります。

でも、これがテンプレートに書いてあったら、どうですか？

きっと、あなたは迷うだけです。

このセオリーをもっと噛みくだいて

- ・キャッチコピーはお客の心の声を入れてサブキャッチコピーを読ませるためにある。
- ・サブキャッチコピーは、キャッチコピーの説明であるとともに、その下の文

章への導入となる。

ほらほら、もっと迷ったでしょう？

そこで、多くのコンサルタントは例題を並べるわけです。

### 多いのが「売れるキャッチコピー〇〇連発」

- ・世界初の 3D テレビ
- ・告白！元探偵が教える浮気を見抜く方法
- ・〇〇で失敗しないための 7 つの自己防衛策
- ・新技術のテクノロジーを使った〇〇を発売
- ・売れる営業の鉄則
- ・なぜ、あの人は 10 歳なぜ若くみられるのか？
- ・続ける技術
- ・今週の売上ベスト 10！
- ・〇〇を買って得する人、損する人
- ・〇〇部門で第一位
- ・3 年連続 NO.1！大人気です！
- ・売上 NO 1 の〇〇
- ・なぜ君は絶望と戦えたのか
- ・社員のモチベーションは上げるな
- ・なぜ目標は達成されないのか？
- ・金持ち父さん、貧乏父さん
- ・〇〇をして成功する人、失敗する人
- ・なぜ頑張っている人ほど上手くいかないのか？
- ・3 本買ったなら 1 本タダ
- ・先着〇〇名様だけに 30%OFF
- ・お客様満足度は上げるな
- ・成功するのに、目標なんかいらない などなど。

どんな人でも、ここまで書いてあげればイメージは作れると思います。

そこで、キャッチコピーの例をそのままパクって、自分でキャッチコピーを書いてチラシを作ってしまう。

でも、パソコンの使い方がわからない人が、Mac に変えたって仕事が早くなれないのと同じように、キャッチコピーだけ変えてもチラシのセオリーすべてがわかっていなければ集客人数は増えません。まして、売上もアップしません。

私も、広告物を作り始めたころは、キャッチコピー集とかたくさん買いました。だから、「キャッチコピーを真似して書けば売上が上がるんじゃないか」というあなたの気持ちはよくわかります。

でも、キャッチコピーで集客人数がアップするなら、他もセオリー通りに作れば、もっと集客できます。

テンプレートは、お客様に3つの点をアピールするようになっています。このアピールする3つの点が間違っていると、キャッチコピーは良いのに誰もきてくれません。

ですので、テンプレートを配布しても結果が良くならない恐れがあります。なので、テンプレートは無料にしました。

その代わり、このテンプレートを使った「イベントチラシ作成」のセミナーを開催します。

この無料テンプレートで集客できた人も、できなかった人も、もっと集客したい人は、ぜひセミナーに参加してください。

※セミナーの告知は、最初にメルマガで行われますので、弊社から送られるメルマガは絶対に解除しないで、毎回読むことをお勧めします。

なお、広告を作る前にチェックする項目をお知らせしておきます。

## 集客できる広告自己チェック

- あなたの希望する売上増加額または売上額はいくらですか？
- それによって成し遂げたいことは何ですか？
- 広告の配布媒体は何ですか？
- 広告の配布地域はどこですか？
- 広告の配布数はいくつですか？
- 広告の配布日時はいつですか？
- ターゲットはどんな人ですか？
- 最終的に何を売りたいのですか？
- 集客の目的は、新規・既存・休眠客の復活・リピート？
- お客様への行動要請はありますか？
- 競合はいますか？
- 競合との差別化要因はありますか？
- 典型的な顧客の生涯価値（LTV＝ライフ・タイム・バリュー）を知っていますか？

.....

以上13項目です。

これが最低ラインですから、目的によってはさらに増してくださいね。

さて、ここまで読んだあなたは、これで成功への一步を踏み出しました。  
おめでとうございます。

きっと、あなたは、会社のことを真剣に良くしたいと考えている社長さんです。そのうえ勉強熱心ですから、成功者の素質をたっぷりと持っていらっしゃる方です。

だからこそ、「広告を出して集客した後は、どうしていけばいいのか」、「売上を増やすのに、どうしたら良いのだろう」 そう日々悩んでいませんか？

**そんなあなたの悩みを解消するヒントが満載のメルマガ**

**「鈴木貴子の無理なく売上を2倍にする方法」**です。

申し込みと同時に、このメルマガの申し込みが完了しています。

このメルマガでは、時々、新たなレポートが配布されます。

テンプレートを完成させるセミナーの告知もメルマガ読者に最優先で告知されます。

ですので、メルマガが届くのを楽しみにしてください。

なお、私が忙しいためメルマガは不定期配信ですが、お許しを。



## マインドックについて

建設業の皆様は、日本の家屋を守っての活動に日々奮闘していらっしゃるものと存じます。

実家が電気工事店であった私は、職人氣質の方々の誠実な性格をよく存じ上げております。

ただ、その誠実さが仇となり、工務店・リフォーム業・建設業の個人客の集客において、経営者の皆様が気づいていないことがあります。

それは、個人住宅に関わる意思決定においては女性の影響力が占める比重が大きいということです。

たとえ主人である夫や資金を出す息子さんからの問い合わせがあっても、その方々の向こうにいらっしゃる奥様や娘さん、お母様や義母様からの了解をいただかなければ、注文には至りません。

データでは住宅関係の意思決定の91%が女性の影響で決まると出ています。

※コトラー推薦 Why Shy Buys より

そのうえ、女性の91%が「広告主は女性の気持ちがわかっていない」と不満を述べています。

※TheNextWeb より：2013年調べ

この91%にはアパレルや化粧品会社も入ることを考えると、工務店・リフォーム業・建設業への不満の数字はもっと高いと予想されます。

住宅関係の意思決定91%×女性の不満91%ということは、

住宅関係の広告の多くが役立っていないと言うことです。

しかし、この数字を逆転の発想で観ると「女性の気持ちがわかる」という少数派に入ってしまうえば楽に集客できると判断することができます。

なお、女性の影響で決まることに気がついている経営者の方もいらっしゃると思いますが、女性社員や身内女性から意見を吸い上げようとすることで失敗されています。

このあたりは、女性特有の性質があるせいですが、どうしても男性経営者には見えないようです。

多くの工務店、リフォーム業、建設業の売上げがあがらない理由は、実はこの女性集客が上手くできないことに起因しています。

女性と男性では、こだわる点も思考の動線も違います。

その男女の両性に「ここに頼もう」と決めてもらえる広告、トーク、その他集客の仕組み作りをすれば、あなたの会社は競合他社を大きく引き離れた集客ができます。

そうすれば、下請けからの脱却も資金繰りの不安解消もすべてが上手くいきます。

もちろん住宅は、工事金額や購入金額が 100 万円から 1 億円以上という高額商品の耐久消費財ですので、資金を出す男性の納得感をいただくことも売上アップに必要です。

その点も心理スキルを 4000 万円以上かけて学んでおりますので完璧に対応いたします。

私は集客コンサルタントとして、誠実な仕事を続けていらっしゃる建設業の皆様は、より一層安心して業務を続けられる仕組み作りをお手伝いしたいと考えております。

なぜ、あなたは「集客と販売に苦勞する」のか？その「根本的な理由」を今すぐ明らかにしなければ、貴重な時間と経費を捨てるようなものです。

女性の感情を理解し、女性客を味方につけて継続的な売上を積み上げ、あなたが業界を牽引するにはどうすればいいか。

それを、あなたにお伝えするための事業をしています。

日本の家屋を守るのは建設業の皆様です。

技術継承の観点からも、優良顧客を集客して会社を存続させましょう。

毎月コンサルティングを開始できるのは最大1社までです。

しかも、1エリア1社制としております。

これも、貴社の発展に家族のように親身に関わると決めているからですので、ご了解くださいませ。

**なお、広告改善に加え、工程管理と資金管理も得意分野ですので**

**3人を1度に同席させたようなコンサルティングが提供しています。**

◆コンサルティングの評価が高い理由◆

第1の理由は、クライアントの実情に即した広告プランを作成して集客と売上アップをさせること。

第2の理由は、シンプルで具体的なアドバイス。難解なマーケティング用語を使用することなく、クライアントが分かりやすい言葉で具体的な施策を指導すること。

第3の理由は、マーケティング脳が育成されること。

クライアントのステージにあわせ、集客と売上アップに必要な知識を伝えるので、次の施策をクライアント自らが考えだせるようになること。

## お客様の声をもう一度お読みください

### 僕の想いを形にして集客してくれるコンサルタント

何度かちょっと鈴木社長とお話をさせていただいて、これまでのコンサルの方たちっていうのは、どちらかという自分たちがうまくいった方法で私をなんとかしていこうという考えの方が多かったかなあと、今振り返ると思います。

鈴木社長の場合は、私がどうしたいのか、そういったことをしっかりと掘り下げていただいて、まあ極端なことを言えば、私がやりたくないことはさせない。逆に、できることで目標に向けてやっていこうというふうな、寄り添っていただく話をいただいたことがすごくなんか安心感があったし、この人だったら私のイヤなことじゃなくて（私の）やって行けるようなことも、いろいろとアドバイスいただけるのかなと、そういうふうに思ってお願いをしたいというふうに思いました。

明るく、親身に相談する側が悪くなるぐらい多くのアドバイスをいただけて、0から9ヶ月間で4件の新築問い合わせをいただきました。

株式会社村松工務店 代表取締役 村松 実 様

### 具体的に自分自身の中で確認できてよかったです

顧客ニーズや目的が特化している売り方など どこに目線を持っていけばいいのか、知りたいと思っていました。今の社会の流れから、速いスピードで経済も多様化しているので、今の情報を知りたく頼みました。

今までやってきたことが具体的に自分自身の中で確認できてよかったです。

あとは、ターゲットをもっと細かく一人にまで絞ることの重要性が良く分かりました。相手ときちんとコミュニケーションをとりながら、相手のポイントとをつかんでいきます。

今までは、相手が求めていることに目を向けることにより、こっちが売りたいもの、伝えたいことを優先にできていたので、それを相手目線にしていくことを実践していきたいと思います。

匿名様 30代 経営者

## ■朝日広告賞特別賞受賞の田中 美絵様からの推薦



シャネルの新聞広告にて朝日広告賞特別賞、ワコール社 STUDIO FIVE ブランドカタログにて日本印刷部門賞をたびたび受賞する。また、女性誌・新聞を中心に、インタビュアー・ライターとしても活躍。朝日新聞朝刊求人欄「仕事力」「あの人とこんな話」など、これまでに取材した相手は1000人を超える。

### ～田中 美絵様からの一言～

一言なんてね、一言でお伝えできる人じゃないんですけど(笑)。

鈴木さんは、初めて足を踏み込んだところでも、一瞬にして場を驚つかみにするような強いアテンション力を持った方です。

会議であろうが、ミーティングであろうが、食事の席であろうが、鈴木さんがやってきたら空気が変わる。

声がハッキリしていて、よく通るせいもあります。

でも、それ以上に「本音」を話していることがたちまち分かる直球力が魅力なのです。

あ、この人信じられると思えます。

仕事が好きで、人を元気づける先天的な才能があるうえに、実に多くの勉強を重ねている。人生経験を積んでいる。

そのバックボーンの大きさ、深さ、そして考え方の的確さが、目の前にいる人に理解され、納得され、共感させる底力です。

若い女性も、キャリアの豪腕も、生意気な青年も、融通が利かなくなった昔の青年も話しに引き込まれるうちに、論理にうなずいている。どのセクションの人も、相談にのってもらいたくなるでしょう。きっと現場が変わる、現場が動く、働く人の気持が熱を帯びてきます。

いかがでしたか？

貴社の広告の改善方法が観えてきたと思います。経営は時間との勝負ですから、まずは、自社広告を見直しして作成くださいね。

そうして、集客が上手くいったら、それをもっと大きな売上にしてください。

それでは、これからテンプレートがダウンロードできるページURLをお伝えします。

通常はパワーポイントかワードのどちらかだけのテンプレートを配っているケースが多いのですが、今回は「パワーポイント版」と「ワード版」の両方が無料でダウンロードできます。

どちらでも使いやすい方をダウンロードしてください。

テンプレートダウンロードページ⇒ <http://goo.gl/0HvVoc>

なお、しっかりとしたチラシを作成したいなら、結果の出たチラシに学ぶ。優良顧客が集客できる「イベント広告」完成セミナーに参加してください。

セミナーに参加すると

- ・お客様が自分から申し込むイベントチラシが完成できる
  - ・お客様が「あなたの会社しかない」と殺到するキャッチコピーが作れる
  - ・変更箇所は一部だけ。それでも長く反応が取れるチラシが作れる
- ようになりますので、どうぞ開催を楽しみにしててください。

詳しくはこちらをクリック⇒ <http://bestmindoc.com/seminar/0003-2/>

※開催のお知らせは、最初にメルマガでなされます。メルマガは絶対に読んでください。

「あなたに頼みたい」という個人客を2倍にします 顧客心理の誘導で売上アップコンサルティング

**マインドック株式会社 代表取締役 鈴木 貴子**

〒160-0023 東京都新宿区西新宿 5-1-17-404

TEL：050-3736-8661 FAX：03-6862-5930

URL：<http://www.bestmindoc.com/> Mail：[taka@bestmindoc.com](mailto:taka@bestmindoc.com)